



Munich Personal RePEc Archive

## **Competitive niches for Bulgarian exports to Sub-Saharan Africa**

Marinov, Eduard

New Bulgarian University, Economic Research Institute at BAS

2017

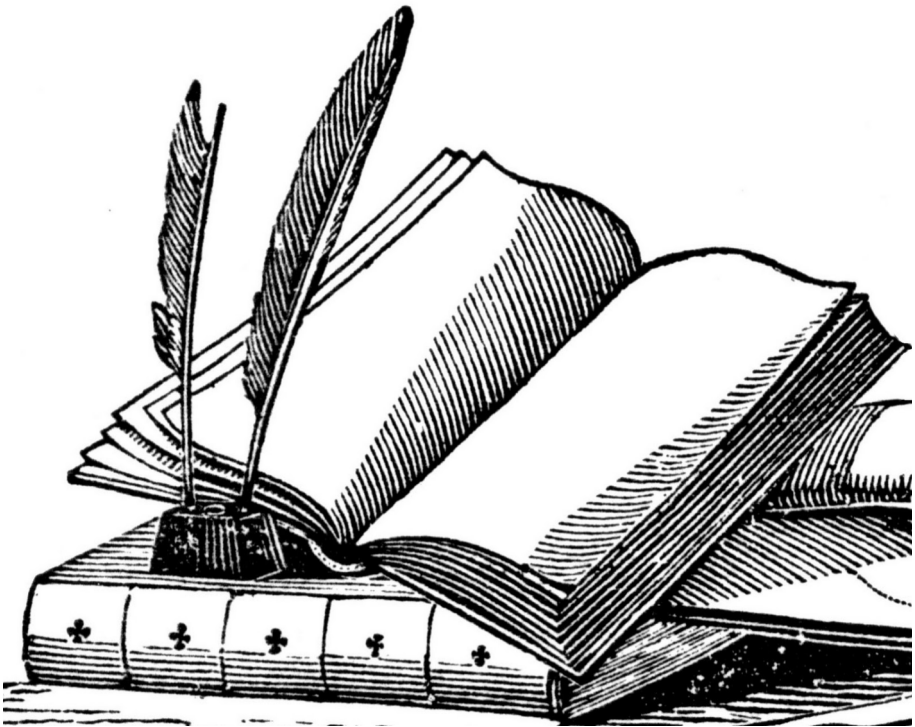
Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/89778/>

MPRA Paper No. 89778, posted 30 Oct 2018 06:51 UTC

ISSN 1311-9400 ( Print)  
ISSN 2534-9368 (On line)

**НАУЧНИ ТРУДОВЕ  
НА СЪЮЗА НА УЧЕНИТЕ В БЪЛГАРИЯ - ПЛОВДИВ**

---



**2017  
Пловдив**

# **СЪЮЗ НА УЧЕНИТЕ В БЪЛГАРИЯ – ПЛОВДИВ**

**Научни трудове на Съюза на учените  
в България – Пловдив**

**Серия А. Обществени науки, изкуство и култура**

**Том IV**

**2017**

**Дом на учените, Пловдив**

.....  
**UNION OF SCIENTISTS IN BULGARIA –  
PLOVDIV**

**Scientific Works of the Union of Scientists  
in Bulgaria - Plovdiv**

**Series A. Public sciences, art and culture**

**Vol. IV**

**2017**

**House of Scientists, Plovdiv**

“Научни трудове на СУБ – Пловдив” е периодично,индексирано, рецензирано и реферирано научно издание на Пловдивския клон на Съюза на учените в България, най-голямата и авторитетна неправителствена професионално-творческа организация на българските учени.

В изданието, в 4 серии, се публикуват доклади и научни съобщения, изнесени на научни форуми на СУБ- Пловдив. Приемат се за публикуване и статии на български и чуждестранни учени срещу заплащане по приета от Управителния съвет тарифа.

Тези 4 серии, в които са обхванати всички клонове на съвременната научна мисъл, са регистрирани печатна и он-лайн версия със самостоятелни ISSN - индекси и са съответно:

Серия А. Обществени науки , изкуство и култура, ISSN 1311-9400 (Print) ; ISSN 2534-9368 (On-line)

Серия Б. Естествени и хуманитарни науки ISSN 1311-9192 (Print) ; ISSN 2534-9376 (On-line)

Серия В. Техника и технологии ISSN 1311-9419 (Print) ; ISSN 2534-9384 (On-line)

Серия Г. Медицина,фармация и дентална медицина ISSN 1311-9427 (Print) ; ISSN 2534-9392 (On-line)

Всички публикувани материали се рецензират от утвърдени и водещи в съответната научна област специалисти.

Авторите носят напълно и изцяло отговорност за съдържанието на своите материали.

Подготвените за отпечатване материали трябва да са в обем до 4 страници. Допускат се и по-обемни статии и доклади, като всяка допълнителна страница се заплаща отделно.

Текстът трябва да бъде набран на компютър във формат Microsoft Word и записан на диск и хартиен носител. Материали могат да се изпращат и по e-mail на адрес: sub\_plov@mail.bg, приложени като прикачен файл “attachment” към основното писмо.

Основните параметри на всяка страница са:

1.**Размер на страницата:** File, Page Setup, Paper Size – A<sub>4</sub>.

2.**Размер на печатаемото поле - 14 см на 21 см:** File, Page Setup, Margins:

*в сантиметри* **Top, Bottom - 4,3 cm; Left, Right – 3,5 cm;**

*в инчове* **Top, Bottom – 1,69; Left, Right – 1,38.**

3.**Междуредово разстояние:** Format, Paragraf, Line spacing single.

4.**Шрифт – Times New Roman C** /кирилик/

**Тема на доклада , автори, месторабота, – Size12, Bold**

**Abstract – Size 10, Bold**

**Текст на доклада и резюмето – Size10, Normal.**

5.**Първа страница** да започва с 6 празни реда (3 см), за да се монтира “шапка” с темата и датата на научния форум, както и идентификаторите на съответния том.

6.**На първа страница**, след оставеното място за “шапка” се изписва в посочения ред, КАТО СЕ ЦЕНТРИРА:

тема на доклада (с главни букви) – на бълг. език;

автори (име и фамилия, без титли и съкращения) – на бълг. език;

месторабота – на бълг. език;

*Празен ред*

тема на доклада (с главни букви) – на английски език;

автори (име и фамилия, без титли и съкращения) – на английски език;

**месторабота – на английски език.**

7. На нов ред се изписва **р е з ю м е** на английски език ( Abstract), което не се центрира.

8. Следва текстът на резюмето (на английски език)

9. Ключови думи. (на английски език)

*Празен ред*

10. Следва текстът на доклада.

11. **Фигурите, снимките и диаграмите** към доклада трябва да бъдат черно-бели и монтирани в текста.

12. **Бележки и забележки** се пишат под линия на съответната страница **изписани на латиница.**

13.**Всички цитирания в текста** в скоби се изписва фамилията на автора (на латиница) и годината на публикуване.

**Пример: (Ivanov, 2014)..**

Отделно се прилага **списък с цитираните публикации**, подредени азбучно според фамилията на първия автор. Когато се цитират няколко публикации от един и същи автор, най-напред в списъка се дават самостоятелните му публикации, следвани от публикациите в съавторство. Желателно е да се изброяват имената на всички автори. Литературните източници не се номерират.

Всички литературни източници на кирилица се изписват, като имената на авторите и на източниците се транслитерират *на латиница*, а **заглавията** на статиите се превеждат *на английски език*. При транслитерирането буквите се заменят според **Закона за транслитерацията**. Оригиналният език на публикациите, преведени на английски език, се посочва след библиографското описание в скоби (български = Bg, руски = Ru, сръбски = Sr, македонски = Mk, гръцки = Gr, и т.н.).

**Пример:** Ibrishimov N, H. Lalov, 1984. *Clinical laboratory investigations in veterinary medicine*, 1984, Zemizdat, S. 363 p. (Bg)

14. При желание авторите могат да публикуват в края на статията информация за себе си и адрес за връзка и кореспонденция.

15. Материалът, включен в статията, трябва да съдържа оригинални експериментални данни, нови интерпретации на съществуващи резултати или оригинални теоретични изследвания, които не трябва да са публикувани другаде.

Материали, които не са оформени според гореизложените изисквания, няма да бъдат разглеждани. Хартieni отпечатащи и дискове не се връщат. Хонорари не се изплащат.

**РЕДАКЦИОННА КОЛЕГИЯ:** Проф. Симеон Василев (отговорен редактор); проф. Божидар Хаджиев; проф. Веселин Василев; проф. Димитър Димитраков; доц. Елена Петкова; проф. Йордан Тодоров; проф. Лена Костадинова-Георгиева; проф. Николай Панайотов; проф. Цанка Андреева; доц. Атанас Арnaudов; доц. Владимир Андонов; доц. Красимира Чакърова; доц. Тодорка Димитрова; гл.ас. София Василева (секретар).

**EDITORIAL BOARD:** Prof. Simeon Vassilev (editor-in-chief); prof. Bojidar Hadjiev; prof. Vesselin Vassilev; prof. Dimitar Dimitrakov; assoc. prof. Elena Petkova; prof. Jordan Todorov; prof. Lena Kostadinova-Gueorgieva; prof. Nikolay Panayotov; prof. Tzanka Andreeva; assoc. prof. Atanas Arnaudov; assoc. prof. Vladimir Andonov; assoc. prof. Krassimira Chakarova; assoc. prof. Todorka Dimitrova; assist. prof. Sofia Vassileva– (secretary).

**РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ:** проф. Божидар Хаджиев; проф. Симеон Василев; доц. Атанаска Тенева; доц. Валентина Алексиева; доц. Елена Петкова; доц. Красимира Чакърова; гл.ас. Атанас Манчоров; гл.ас. Биляна Попова; гл.ас. Мариана Митева; д-р Цвета Луизова – Хорева.

**EDITORIAL COUNCIL:** prof. Bojidar Hadjiev; prof. Simeon Vassilev; Valentina Aleksieva; assoc. prof. Elena Petkova; assoc. prof. Krassimira Chakarova; assist. prof. Atanas Manòrov; assist. prof. Biljana Popova; assist. prof. Marijana Miteva; d-r Tzveta Luisova - Horeva

**Коректор на титулни страници:**

Доц. Красимира Чакърова

**Компютърен дизайн:**

Доц. Елена Петкова, София Василева

Научни трудове на Съюза на учените в България–Пловдив Серия А. Обществени науки, изкуство и култура том IV, ISSN 1311-9400 (Print); ISSN 2534-9368 (On-line), 2017, Scientific works of the Union of Scientists in Bulgaria-Plovdiv, seriesA. Public sciences, art and culture, Vol. IV, ISSN 1311-9400 (Print); ISSN 2534-9368 (On-line), 2017.

## **КОНКУРЕНТНИ НИШИ ЗА БЪЛГАРСКИЯ ИЗНОС В СУБСАХАРСКА АФРИКА**

**Едуард Маринов**

**Институт за икономически изследвания при БАН**

## **COMPETITIVE NICHEs FOR BULGARIAN EXPORTS TO SUB-SAHARAN AFRICA**

**Eduard Marinov**

**Economic Research Institute at BAS**

### **Abstract**

The paper aims at disclosing the existing and potential competitive niches for Bulgarian exports to Sub-Saharan Africa (SSA). To achieve this it firstly presents the trends in the dynamics of Bulgarian exports to the region for the period 2003-2015. Then it analyses the commodity structure of exports and the main export destinations. Finally the paper discusses the results of an empirical study of the attitudes of Bulgarian business towards trade relations with the region.

**Key words:** Sub-Saharan Africa, SSA, Bulgarian exports, export diversification, competitive niches.

В търсене на ускорители на икономически растеж разширяването на пазарите и насочването към доскоро пренебрегваните или заобикаляните като рискови може да се окаже мощен фактор за преодоляване на бавното възстановяване. Един от тези региони е Субсахарска Африка (ССА). Повишаването на износа и „отварянето“ към нови пазари е възможна алтернатива, която да доведе до стабилизиране на добрите позиции във външнотърговския обмен, особено в условията на глоболизиращи се пазари и засилена международна конкуренция. В тази връзка България следва да потърси възможности за реализиране на продукцията не само на европейските, но и на други големи пазари (Гълъбова, Несторов, 2016). Такива пазари потенциално могат да бъдат страните от ССА.

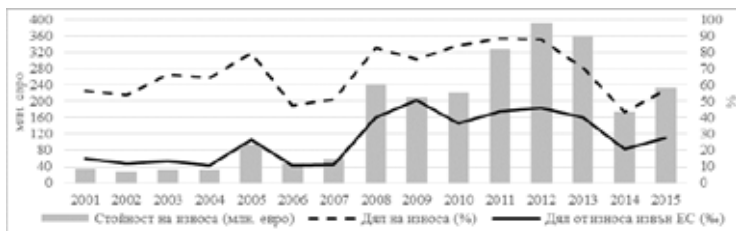
### **Състояние и тенденции в българския износ за Субсахарска Африка**

След годините на прехода към пазарна икономика външноикономическите отношения на България с държавите от Африка бележат значителен спад. Докато през 1984 г. делът на търговията ни със субсахарските страни заема 4,3% от общите търговски потоци, в началото на разглеждания период (2003 г.) той е едва 0.3%.

Общата стойност на търговските потоци между България и държавите от ССА през 2015 г. възлизат на 409.8 млн. евро. Недостатъчното използване на потенциалните пазари на ССА се демонстрира от скромното му място във търговските потоци на България – едва 0.8% от общите и 2.3% от извънобщностните търговски потоци на страната. През целия период от 2003 до 2015 г. преобладава износът – за 2015 г. стойността му е 233.2 млн. евро, а делът от търговията с държави извън ЕС – 2.8% (фигура 1).

До влизането на България в ЕС (до 2007 г. вкл.) търговията със ССА е с относително малък обем, като вносът и износът имат сходни стойности, след което се наблюдава сериозен скок в експорта – близо 4 пъти само до 2008 г. и почти 6 пъти до 2013 г. В периода 2008-2012 г. износът заема по-сериозно място в търговията – 80-90%, след

което се наблюдава изравняване с вноса – за 2014 г. делът на износа е най-нисък за целия период 2003-2015 г. – едва 43%, за да достигне до 57% през 2015 г. За периода 2003-2015 г. стойността на износа е най-висока през 2012 г., а през последните три години се наблюдава известен спад – през 2013 г. износът намалява леко, но през 2014 г. намалението е почти двойно спрямо предходната година (със 184.5 млн.), след което през 2015 г. се увеличава с 59.8 млн. евро.



Фигура 1. Износ на България за Субсахарска Африка (2003-2015)

Източник: Trade Map, ITC calculations based on UN COMTRADE Statistics

България е 19-та в износа на ЕС за региона, като сходни стойност и дял от ЕС имат Унгария (0.5%, 394 млн. евро), Гърция (0.5%, 379 млн.), Словакия (0.2%, 156 млн.) и Люксембург (0.2%, 145 млн.).

Субсахарските държави играят все по-голяма роля във външнотърговските отношения на България – стойността на търговията с тях се увеличава над 4 пъти по-бързо в сравнение с общите ни търговски потоци извън ЕС. Потенциалът, който търговията с тези държави открива пред нашата страна, е още по-голям и от гледна точка на повишаващото се силно положително салдо на търговията с тях. Наред с това се наблюдава и увеличаване на дела на търговията на България с региона, макар и тя все още да заема незначителна част от общите търговски потоци на страната.

### Основни стоки в износа за Субсахарска Африка

През 2015 г. в износа на България за ССА водещо място заемат необработени материали, негодни за консумация (39%), следвани от храни и живи животни (17%), мазнини, масла и восъци от животински и растителен произход (13%), машини, оборудване и превозни средства (12%) и артикули, класифицирани главно според вида на материала (10%).

Четири продуктови групи продукти заемат над 70% от целия износ – руди (85 млн. евро), житни растения (34.9 млн.), животински и растителни мазнини (29.7 млн.) и машини, апарати и механизми и части за тях (16.4 млн.). Другите основни експортни групи (с дял 1-4% от общия износ за региона) са електрически машини и апарати и електроматериали, хартии и картони, текстилни артикули, гипс, вар и цимент, пластмасови и каучукови изделия, тютюн и фармацевтични продукти.

Българският износ присъства, макар и с минимален дял (под 0.25%), и в петте най-внесяни от субсахарските страни стокови групи. ССА пък има по-голямо присъствие в българския експорт при руди (17.7%), въздухоплаване и космонавтика (15%), животински или растителни мазнини (12%), текстилни артикули (7.3%), гипс, вар и цимент (5.4%), хартии и картони (4%), житни растения (4%) и мелничарски продукти (2.3%).

През 2015 г. България изнася за ССА общо 644 продукта, като първите 3 заемат почти 2/3, а първите 10 – над 3/4 от общата стойност на експорта. Най-голям е износът на медни руди (36%, 84.7 млн. евро), следвани от пшеница (15%, 34.9 млн.) и сурово слънчогледово масло (11.9%, 27.8 млн.). Останалите стоки сред най-изнасяните 10 (3-8 млн. евро) са крафт хартии, употребявани облекла, циментов клинкер, касови апарати, оловни акумулатори, цигари и машини за обработка на информация. При 11 продукта стойността на износа надвишава 1 млн. евро, а при други 14 е между 0.5 и 1 млн. евро.

Единствен вносител на медни руди е Намибия, пшеница внасят Етиопия и Джибути, а износът на сурово слънчогледово масло е насочен почти изцяло към РЮА. Крафт хартии се изнася в РЮА, Етиопия и в по-малки количества в Кения и Ботсуана. Употребявани облекла се внасят в 23 държави, като лидери в това отношение са Бенин, Кот д'Ивоар, Нигер, Гвинея, Ангола и Камерун. България изнася циментов клинкер за Гана и Сиера Леоне, а касови апарати за Етиопия, Кения, Танзания и Руанда. Оловни акумулатори от България се внасят в 23 субсахарски държави, като главните износни дестинации са РЮА, Руанда и Нигерия. Основен вносител на цигари са Сейшелските острови, но има още 17 държави с по-ниска стойност на вноса. И при машините за обработка на информация износът е разпръснат в 23 държави от региона, като лидер е РЮА.

При няколко продукта, изнасяни от България, експортът на страната заема по-сериозно място в общия внос на ССА (10-20%) – сурово слънчогледово масло, консервирани череши, медни ламарини, медни руди, крафт хартии, и етиленови поливлакна. От друга страна, субсахарските държави са основен пазар за някои български продукти – отпадъци от производството на чугун, желязо или стомана (61% от общия експортна България), циментов клинкер (46%), медни руди (41%), електронни изчислителни машини (32%) и употребявани облекла (25%). При други 16 стоки субсахарският пазар заема 10-25% от износа на България, сред тях са електронни изчислителни машини, машини за обработка на информация, сурово слънчогледово масло, крафт хартии, касови апарати, оловни акумулатори.

За периода 2003-2015 г. настъпват значителни промени в стоковата структура на износа на България за субсахарските държави. С малки изключения износът на основните експортни стоки е непостоянен, като през различни години те се включват и отпадат от българския износ за субсахарските държави, и то с доста високи стойности. За периода 2003-2015 г. 21 от около 2000 стоки, изнасяни от България за субсахарските държави, имат дял от над 10% от експорта за региона или стойност на износа, надхвърляща 10 млн. евро през някоя от годините от изследвания период. Най-сериозни колебания са налице при медните руди, пшеницата, суровото слънчогледово масло, употребяваните облекла, касовите апарати, цигарите, битуминозните масла, железните и стоманени прътове, като показателни в това отношение са колебанията от по над 50 млн. евро през отделни години в износа на основната експортна стока – медни руди, както и внезапното появяване през 2015 г. на пшеница на стойност от 35 млн. евро.

Нестабилността в структурата на износа за региона се дължи на липсата на трайни и устойчиви външнотърговски връзки с тези страни, поради отсъствието на държавна политика за подкрепа на българските фирми на тези пазари. Това е причината за концентрацията на износната структура в ограничен брой стоки, както и за инцидентните случаи на износ на други стоки. Българският износ се отклонява от структурата на износа на ЕС за региона, който е концентриран в обработените стоки, докато в българския преобладават суровините.

### **Основни износни дестинации в Субсахарска Африка**

Главни износни дестинации през 2015 г. са Намибия (85 млн. евро), Република Южна Африка (59 млн.), Етиопия (27 млн.), Джибути (16 млн.), Гана (9 млн.), като в тези държави е концентриран 85% от износа за региона. Други държави с по-отчетливо присъствие в износа (3-4 млн. евро, 1-2%) са Нигерия, Кения, Сейшелските острови и Танзания.

България изнася за Намибия почти единствено медни руди (85 млн. евро). Експортът за РЮА е доста по-диверсифициран – слънчогледово масло (30 млн. евро), крафтхартия за торби (5 млн.), електрически акумулатори (2.5 млн.), моноvlakна (1.4 млн.), храна за животни (1.3 млн.), машини за заваряване (1.3 млн.), медна ламарина (1.2 млн.), лекарства (1 млн. евро). Основните износни продукти за Етиопия са пшеница и смес от пшеница и ръж (19 млн. евро), крафтхартия за торби (4 млн.) и автоматични регистриращи касови апарати (2 млн.). Износът за Джибути е концентриран в пшеница и смес от пшеница



и ръж (16 млн.). Към Гана експортът е доминиран от цимент “клинкер” (5 млн. евро), алуминиеви врати и прозорци (1.2 млн.) и алуминиеви конструкции и части от конструкции (0.6 млн.).

За периода 2003-2015 г. постоянно по-сериозно място в търговията на България със САЩ имат Намибия, Република Южна Африка, Нигерия, Джибути, Того и Гана.

Изводът, който се налага от подробното разглеждане на износа на България за основните партньори от САЩ, е, че той е съставен предимно от суровини (горива, метали и минерали), но може да се отбележи като положителен фактът, че при някои от държавите, макар и малка като стойности, се наблюдава известна разнородност, особено при износа на машини и оборудване.

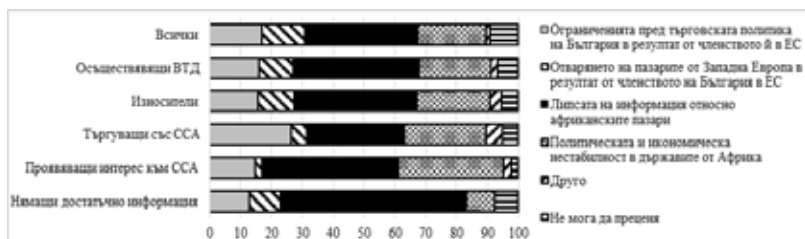
### **Профил и нагласи на българските фирми, търгуващи със Субсахарска Африка**

Анализът на търговията с региона разкрива наличието на значителни пазарни ниши и възможности за българските фирми. За да се идентифицират факторите и конкретните мерки за насърчаване на търговията, в рамките на проект BG051PO001-3.3.06-0053/13.08.2013 „Повишаване качеството на образованието и на научните изследвания в областта на бизнес–инженерството за изграждане на икономика, основана на знанието (иновациите) и финансите“ беше проведено емпирично изследване на компании, които вече търгуват със субсахарските страни, както и с тези които имат намерение да излязат на тези пазари. Резултатите показват, че едва 1.9% от българските фирми са сключвали сделки с партньори от тези страни, като половината от тях имат постоянни търговски партньори, а останалите осъществяват инцидентни сделки. Около 15% от компаниите биха проявили интерес, но нямат достатъчно информация. Това е и един от основните проблем, че основната функция за подкрепа на външната търговия – информационната, не се изпълнява от съответните органи. Над 10% от фирмите, които не осъществяват външнотърговска дейност също проявяват интерес към търговия със САЩ Африка.

Данните показват, че структурата на фирмите, които търгуват или имат интерес към търговията с региона до голяма степен съответства структурата на европейския износ, т.е. съответства на търсенето от страна пазарите там. Преобладават фирмите, заети в промишлеността (42%), следвани от други (26%), търговия (16%), транспорт, складиране и съобщения, строителство и селско, горско, ловно и рибно стопанство (по 5%). Потенциал за износ има и в сектора на услугите.

Изследването разкри и друг проблем сред износителите основно са представени големите компании, докато при желаещите да търгуват с региона се открояват и малките и средните компании. Очевидно проблемът с информацията и възможностите на тези пазари се преодолява от големите компании, докато при по-малките това е основна пречка. Като цяло фирмите, осъществяващи външнотърговска дейност (особено износителите) отдават по-голямо значение на новите пазари. За значителна част от тези, търгуващи със САЩ проникването на нови пазари (в т.ч. извън ЕС) е важно за развитието на организацията си, докато сред проявяващите интерес и нямащите достатъчно информация този дял е по-нисък.

За определяне на бъдещата политика на България по отношение на региона, наред с реалните търговски връзки и заявления интерес на българските фирми, е отчетено и мнението им по отношение на причините, довели до загубата на традиционните позиции на страната в този регион. Фирмите свързват загубата на позициите на България в региона с последиците от членството на страната в ЕС, нестабилността на региона, но най-вече с липсата на достатъчно информация.



Фигура 2. Причини за загубата на традиционните партньори в САЩ според българския бизнес (%)

Източник: Съставено от автора.

При всички групи респонденти именно липсата на информация относно африканските пазари е водещата причина за загуба на традиционните пазари на България в Африка с около 40%, като (очаквано) делът е малко по-нисък (30%) при търгуващите с региона, за които се предполага, че имат повече информация, и е значително по-висок (60%) при онези, които биха проявили интерес, но нямат достатъчно информация. Този недостатък би могъл да бъде преодолян сравнително лесно (и евтино) при провеждането на правилна информационна и комуникационна политика от страна както на българската държава, така и на заинтересованите от търговия с български фирми държави от САЩ.

### Заклучение

През последните години се наблюдава тенденция българският износ да разширява стойностите си към партньорите с висок дял за сметка на намаление на износа към страните с по-малко присъствие. Концентрирането на външната търговия с една страна или с икономическа общност, какъвто е случая с ЕС, предопределя зависимост на българската икономика от икономическата конюнктура на страните-партньори, което крие висок риск от бързо пренасяне на световните икономически тенденции в нашата страна (ИИИ, 2016). Може да се очаква, че стагнацията в ЕС ще продължава и вътрешното търсене в България ще е слабо, което ще задържа растежа в българската икономика. Затова растежът ще се определя от възможностите за износ, особено извън ЕС, а в този смисъл всякакви политики за насърчаване на износа са от фундаментално значение за растежа и стабилността на икономиката в средносрочна перспектива. В този контекст скорошно изследване показва, че голяма част от българските компании, извършващи чуждестранни сделки, имат възможност за разширение на своя износ, без да увеличават производствените си мощности (Несторов, 2015).

Изводът, който се налага от подробното разглеждане на износа на България с основните партньори от САЩ, е, че за съжаление с малки изключения той е слабо диверсифициран и е съставен предимно от суровини. Търсенето на преработени стоки в региона и успехът на някои български фирми в износа им обаче разкрива пространство за българските производители. Растящият потенциал на САЩ, добрата правно-институционална рамка изградена от споразуменията на ЕС, както и значителният интерес на българските фирми да търгуват точно в областите, в които има търсене, е всичко от което има нужда, за да се реализира ефективна външно-търговска политика от страна на държавата. Тази политика трябва да се изразява най-вече в предоставянето на информационни услуги на износителите и амбициозни и постоянни действия за налагане на българските стоки на тези пазари.

### Литература

Институт за икономически изследвания при БАН (ИИИ). 2016. *Годишен доклад 2016. Икономическо развитие и политики в България: Оценки и очаквания*. С.: Горекс Прес.

Гълъбова, Б. и Н. Несторов. 2016. Състояние и тенденции при износа на руди, шлаки и пепели. *Сп. Science & Technologies*, Volume VI, 2016, Number 7: Social Studies, Стара Загора: СУСЗ, с. 114-119.

Несторов, Н. 2015. Изследване на външнотърговската дейност на българските фирми. В: *Иновациите: Двигател за икономическия растеж – 2015 г.*, С.: ВУЗФ, с. 20-24.

Trade Map. *ITC calculations based on UN COMTRADE Statistics*, available at <http://www.trademap.org/>, accessed on 1.02.2017.

### ***Благодарности***

Публикацията е осъществена в рамките на проект „Възможности и перспективи пред външнотърговските отношения на България с държавите от Субсахарска Африка“. Авторът изказва благодарност към „Програмата за подпомагане на младите учени в БАН“.

**За контакти:** Едуард Маринов, научен секретар на секция „Международна икономика“, Институт за икономически изследвания при БАН, [eddie.marinov@gmail.com](mailto:eddie.marinov@gmail.com)

## **СЪДЪРЖАНИЕ**

<b>1. Латинският като Tertium Comparationis в диахронното изследване на метафорични термини в българската и английска анатомична система - Мая Янева, Мария Сайкова</b>	<b>4</b>
<b>2. English -able/-ible Adjectives and Their Counterparts in Bulgarian - Maria Anastasova</b>	<b>8</b>
<b>3. Концептуалната метафора като инструмент на еквивалентността при обучението по превод на студенти от английска филология - Ивайло Дагнев</b>	<b>14</b>
<b>4. Фреймови модели при изучаването на продължителните времена в английския език - Мариета Атанасова, Георги Тотков, Теодора Панайотова</b>	<b>18</b>
<b>5. Сухоземните друми на дубровнишките търговци до българските земи - Цветана Петрова</b>	<b>22</b>
<b>6. Bulgarian Translations of English Hedges in Academic Writing - Polina Petcova</b>	<b>27</b>
<b>7. Prefixation and Space – a Cognitive Analysis of the Bulgarian Prefix ot- and Some of its English Counterparts - Magdalena Gogalcheva</b>	<b>31</b>
<b>8. Литературният текст за деца и илюстрацията – съперници или съюзници - Събина Ефтимова, Калина Минчева</b>	<b>35</b>
<b>9. Създаването на НДСВ и подготовката му за участие в парламентарните избори на 17 юни 2001г. - Ваня Узунова</b>	<b>40</b>
<b>10. Военната и стопанска помощ на България, оказвана на анкарското правителство. Мисията на Джеват Аббас Бей (Гюрер) личен пратеник на Мустафа Кемал Паша в София - Кемал Рашид</b>	<b>46</b>
<b>11. Конкурентни ниши за българския износ в Субсахарска Африка - Едуард Маринов</b>	<b>50</b>
<b>12. The Origin of Balanced Scorecard in the Tradition of Management Accounting and its Recent Development - Arben Sahiti, Liridon Dalipi, Ard Ahmeti</b>	<b>56</b>
<b>13. Субординация между политическата и предприемаческа култура - перспективи за икономически растеж - Даниела Пастармаджиева, Мина Ангелова</b>	<b>61</b>
<b>14. Fruits and Vegetables on Cefta Countries' Market - Nataša Tomić, Miroslav Crnobrnja</b>	<b>65</b>
<b>15. Преходът от теоретични знания към реална работна среда и формирането на човешки капитал - Васил Михайлов</b>	<b>69</b>
<b>16. Perception and Consumption of Beer Among Young Population in Banja Luka - Mićo Partalo, Božidar Marić</b>	<b>75</b>
<b>17. Корпоративният имидж в контекста на конкурентоспособността - Велин Станев, Гергана Димитрова</b>	<b>79</b>
<b>18. Корпоративният имидж като конкурентно предимство - Гергана Димитрова, Велин Станев</b>	<b>83</b>
<b>19. Практико-приложни проблеми при управление на знанието за културното наследство от гледна точка на информационните технологии в община Велинград - Виолета Будева</b>	<b>87</b>
<b>20. Управление на знанията за културно-историческото наследство чрез екип - Виолета Будева</b>	<b>93</b>
<b>21. Приложение на маркетинга на взаимоотношенията при корпоративните предприятия от сектор индустрия - Мая Дилкова-Павлова</b>	<b>98</b>

ISSN 1311-9400 (Print)  
ISSN 2534-9368 (On-line)



**СЪЮЗ НА УЧЕНИТЕ В БЪЛГАРИЯ - ПЛОВДИВ**

**ЕВРОПА, БЪЛГАРИЯ, 4000 ПЛОВДИВ**  
ул. Митрополит Паисий 6, п.к. 172,  
тел.: 032/ 62 86 54

**UNION OF SCIENTISTS IN BULGARIA**  
**CITY OF PLOVDIV**

**EUROPE, BULGARIA, 4000 PLOVDIV**  
6 Mitropolit Paisii Str., P.O. Box 172,  
Tel. +359/ 32/62 86 54